



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus : Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4
Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan
Tenggara)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**OLEH
GUSTI PERAYANTI
NIM. 14 401 00096**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDIMPUAN
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raya Pajoh, Padangsidimpuan, Sumatera Utara 21124
Telp. (061) 8111111 Fax. (061) 8111112
E-mail: iain@iainpsd.ac.id



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG PADA BANK SYARIAH**

(Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan
Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

GUSTI PERAYANTI
NIM: 14 401 00096

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

Nofinawati, SEI., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihatang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Gusti Perayanti**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 04 Maret 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Gusti Perayanti** yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan, Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, SEL, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **GUSTI PERAYANTI**
NIM : 14 401 00096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan, Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 04 Maret 2019

nyatakan,

GUSTI PERAYANTI
NIM. 14 401 00096

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padang sidimpuan,
saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : GUSTI PERAYANTI
Nim : 14 401 00096
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan, Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara)**". Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan
Pada tanggal, 04 Maret 2019

METERAI
TEMPEL
6000
EKWIBURUPIAH
GUSTI PERAYANTI
14 401 00096



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Ketua Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan bersama anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Surat Penunjukan Menguji Ujian Munaqasyah Nomor : B-433/In.14/G1/G.5/PP.01.1/03/2019 tanggal 13 Maret 2019, setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa :

Nama : Gusti Perayanti
NIM : 14 401 00096
Jurusan : Perbankan Syari'ah

Dengan ini menyatakan LULUS, ~~LULUS BERSYARAT~~, MENGULANG DALAM UJIAN Munaqasyah FEBI IAIN Padangsidimpuan dengan nilai Skripsi 74... (...B.)

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh yudisium :

- | | |
|---|---------------|
| a. CUM LAUDE | : 3.50 - 4.00 |
| <input checked="" type="radio"/> b. AMAT BAIK | : 3.00 - 3.49 |
| c. BAIK | : 2.50 - 2.99 |
| d. CUKUP | : 2.00 - 2.50 |
| e. TIDAK LULUS | : 0.00 - 1.99 |

Dengan indeks prestasi kumulatif 3,19 . Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Perbankan Syari'ah dan segala hak yang menyertainya.

Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke : 590

Ketua,

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 197905252006041004

Anggota Penguji :

1. Dr. Abdul Nasser Hasibuan SE, M.Si
2. Dr. Arbanur Rasyid, MA
3. H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
4. Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM

Padangsidimpuan, 19 Maret 2019
Panitia Ujian Munaqasyah
Sekretaris,

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 197307251999031002

1.
2.
3.
4.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : GUSTI PERAYANTI
NIM : 14 401 00096
Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI MINAT
MENABUNG PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS: SISWA-
SISWI JURUSAN PERBANKAN DI SMK NEGERI 4
PADANGSIDIMPUAN PERKEBUNAN PIJORKOLING
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN TENGGARA)

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Sekretaris

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/19 Maret 2019
Pukul : 13.30-16.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/ 74 (B)
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,19



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPERNGARUHI
MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH
(STUDI KASUS: SISWA-SISWI JURUSAN
PERBANKAN DI SMK NEGERI 4
PADANGSIDIMPUAN PERKEBUNAN
PIJORKOLING KECAMATAN
PADANGSIDIMPUAN TENGGARA)**

**NAMA : GUSTI PERAYANTI
NIM : 14 401 00096**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 20 Juni-2019
Bekas,



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan, Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan masih jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag.,

selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap M. A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M. Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, SEI., MA, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati, SEI., MA, selaku pembimbing I dan Ibu Windari, SE., MA, selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta ibu dosen IAIN Padangsidempuan khususnya dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dengan ikhlas telah memberikan

ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Alm. Junaedi, yang telah berjuang untuk saya selama hidupnya semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya dan untuk Ibunda tercinta Suemi, tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Kakak tercinta saya Novi Handayani, Am. Keb., S.K.M. Abng tercinta saya Herman S.P dan Reza Nasution S.E, selaku sahabat terbaik saya.
8. Kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Yeni Silvera Hasibuan, Giya Rahayu, S.E, Nur Martua Nasution, S.E, Ida Arfayani Siagian, S.E, Ega Permana Nasution, S.E, , Lilia Nora Siregar, S.E, Dahlia Samawati Siregar, S.E, Qori Audina Siregar, S.E, Ahmad Kholidi Simatupang, S.E, Ammar Rosadi Lubis, S.E, Pardamean Nasution, Rohana Siregar, Siti Arfah Khairani Hasibuan,
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Perbankan Syariah 3 angkatan 2014 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Aamiin.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 04 Maret 2019
Peneliti,

GUSTI PERAYANTI
NIM. 14401 00096

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan Ye
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof

ي	ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris atas
ى.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dangaris di bawah
و.....و	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa amzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : GUSTI PERAYANTI

Nim : 14 401 00096

Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-Siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

Permasalahan dalam penelitian ini dilatar belakangi oleh siswa-siswi SMK Negeri 4 Padangsidempuan yang lebih sedikit menjadi nasabah bank syariah dibanding dengan nasabah bank konvensional. Selain dari siswa-siswi yang dominan beragama muslim. Akan tetapi, siswa-siswi masih banyak yang memilih bank konvensional dari pada bank syariah. Hal tersebut dikarenakan siswa-siswi kurang mengenal atau memahami bank syariah itu sendiri, dan masih banyak siswa-siswi yang beranggapan bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung siswa-siswi pada bank syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor sosial dan faktor promosi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung siswa-siswi pada bank syariah.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan manajemen bisnis. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan minat menabung, faktor sosial dan faktor promosi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 71 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* jenuh dan menggunakan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara dan angket. Analisis dengan menggunakan statistik yaitu SPSS versi 23.

Hasil analisis koefisien determinasi (R) dapat diketahui bahwa nilai $r = 0,695$ artinya korelasi antara variabel faktor sosial dan faktor terhadap minat menabung terjadi hubungan yang kuat. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,468 atau 46,8% menunjukkan variabel faktor sosial dan faktor promosi mempengaruhi minat menabung dan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, yaitu faktor pribadi. Berdasarkan hasil penelitian ini ada pengaruh faktor sosial terhadap minat menabung dengan nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-7.739 < -1.995$ atau $7.739 > 1.995$). Variabel faktor promosi ada pengaruh terhadap minat menabung dengan nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2.077 < -1.995$ atau $2.077 > 1.996$). Berdasarkan hasil uji secara *simultan* bahwa faktor sosial dan faktor promosi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,739 > 3,13$).

Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Promosi dan Minat Menabung

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Defenisi Operasional Variabel	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	12
1. Teori Minat	12
a. Pengertian Minat	12
b. Macam-Macam Minat	13
c. Faktor-Faktor Timbulnya Minat.....	15
d. Minat dalam Perfektif Islam.....	18
2. Teori Faktor Sosial	19
a. Pengertian Sosial	19
b. Bagian Faktor Sosial.....	20
c. Faktor Sosial Keluarga dalam Perfektif Islam.....	22
3. Teori Faktor Promosi.....	23
a. Pengertian Promosi.....	23
b. Jenis-Jenis Promosi	24
c. Promosi dalam Persfektif Islam.....	27
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	37
D. Sumber Data	38
E. Instrumen Pengumpulan Data	38
1. Observasi.....	38
2. Wawancara	39
3. Kuisioner (Angket).....	39
4. Dokumentasi.....	40
F. Analisis Data	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
3. Uji Normalitas	42
4. Uji Linearitas.....	42
5. Uji Asumsi Klasik	43
a. Uji <i>Multikolinearitas</i>	43
b. Uji <i>Autokorelasi</i>	44
c. Uji <i>Heterokedastisitas</i>	45
6. Analisis Hipotesis.....	46
a. Uji Koefisien Determinan R^2	46
b. Uji Signifikan Parsial (t)	46
c. Uji Signifikan Simultan (f).....	47
7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Sejarah Singkat SMK Negeri 4 Padangsidempuan.....	49
2. Visi dan Misi SMK Negeri 4 Padangsidempuan	50
3. Struktur Organisasi SMK Negeri 4 Padangsidempuan.....	51
4. Letak Geografis SMK Negeri 4 Padangsidempuan	52
B. Karakteristik Responden Penelitian	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	54
C. Deskriptif Variabel Penelitian	54
1. Variabel Faktor Sosial	54
2. Variabel Faktor Promosi	56
3. Variabel minat	57
D. Hasil Analisis Data Penelitian.....	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas.....	62
3. Uji Normalitas	63
4. Uji Linearitas.....	64

5. Uji Asumsi Klasik	65
a. Uji <i>Multikolinearitas</i>	65
b. Uji <i>Heterokedastisitas</i>	66
c. Uji <i>Autokorelasi</i>	66
6. Analisis Hipotesis.....	67
a. Uji Koefisien Determinan R^2	67
b. Uji Signifikan Parsial (t)	68
c. Uji Signifikan Simultan (F).....	68
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian	71
F. Keterbatasan Penelitian	74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Siswa-Siswi	4
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel	7
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel III.1	Skor Skala Angket	40
Tabel III.2	Kisi-Kisi Angket X_1	40
Tabel III.3	Kisi-Kisi Angket X_2	40
Tabel III.4	Kisi-Kisi Angket Y	40
Tabel IV.1	Data Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel IV.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel IV.3	Data Responden Berdasarkan Kelas	54
Tabel IV.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel X_1	55
Tabel IV.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel X_2	56
Tabel IV.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Y	58
Tabel IV.7	Uji Validitas X_1	60
Tabel IV.8	Uji Validitas X_2	61
Tabel IV.9	Uji Validitas Y	61
Tabel IV.10	Uji Reabilitas X_1	62
Tabel IV.11	Uji Reabilitas X_2	62
Tabel IV.12	Uji Reabilitas Y	63
Tabel IV.13	Uji Normalitas	63
Tabel IV.14	Uji Linearitas X_1 dan Y	64
Tabel IV.15	Uji Linearitas X_2 dan Y	65
Tabel IV.16	Uji <i>Multikolinearitas</i>	65
Tabel IV.17	Uji <i>Heterokedastisitas</i>	66
Tabel IV.18	Uji <i>Autokorelasi</i>	66
Tabel IV.19	Uji Koefisien Determinan R^2	67
Tabel IV.20	Uji Koefisien Regresi t	68
Tabel IV.21	Uji Koefisien Regresi f	68
Tabel IV.22	Analisis Regresi Linier Berganda	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	33
Gambar IV.1 Struktur Organisasi SMK Negeri 4 Padangsidempuan	51
Gambar IV.2 Uji Heterokedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Validitas Angket
- Lampiran 2 : Lembaran Angket
- Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Angket
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji Reabilitas
- Lampiran 6 : Normalitas
- Lampiran 7 : Linearitas
- Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11 : Tabel R^2
- Lampiran 12 : Tabel t
- Lampiran 13 : Tabel F
- Lampiran 14 : Tabel DW
- Lampiran 15 : Gambar Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran perbankan syariah telah membawa dampak positif dalam perbankan Indonesia. Perbankan syariah merupakan perbankan yang kegiatan usahanya mengacu pada prinsip syariah. Secara umum kegiatan perbankan syariah tidak berbeda dengan bank konvensional, bank konvensional memiliki produk utama berupa kesepakatan kontrak untuk penyimpanan dan peminjaman uang yang membebankan bunga, sedangkan didalam bank syariah tidak membebankan bunga. Fungsi utama bank syariah yaitu menghimpun dana dari masyarakat. Menyalurkan dana kepada masyarakat, dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.

Di dalam bank syariah terdapat pula akad perjanjian penyertaan modal (*mudharabah/musyarakah*), jual beli (*murabahah*), dan berbagai jasa keuangan lainnya. Sekalipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim di dunia, kehadiran bank yang berdasarkan prinsip syariah masih relatif yaitu baru awal tahun 1990-an. Artinya belum sepenuhnya setiap daerah kota di Indonesia sudah mengenal bank syariah karena kurangnya sosialisasi pihak bank syariah mengenai produk bank syariah.¹

Untuk memperkenalkan bank syariah memiliki prinsip sistem bagi hasil yang berdasarkan syariah, maka bank syariah berupaya melakukan

¹M. Sulhan & Ely Siswanto, *Manajemen Bank* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 19.

promosi yang baik kepada nasabah, sehingga nasabah mengetahui manfaat dari produk dan pada akhirnya memutuskan untuk menabung di bank syariah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui direktur penelitian, pengembangan, pengaturan dan perizinan perbankan syariah. Dhania Gunawan Idat kepada *Investor Daily* yang ditulis dalam situs web berita satu. Menyatakan saat ini, total nasabah perbankan syariah mencapai sekitar 15 juta jiwa sementara itu, nasabah perbankan konvensional menyuruh sekitar 80 juta orang. Dibandingkan dengan bank konvensional, total nasabah bank syariah baru mencapai 18,75%.²

Hal ini didukung dengan hasil *pra riset* yang peneliti lakukan pada salah satu lembaga pendidikan yang berlandaskan pada pengetahuan umum mengenai perbankan dan mayoritas siswa-siswinya beragama Islam yaitu SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara. Dimana dalam proses pembelajaran banyak memuat tentang perbankan dan tentu saja menerapkan nilai-nilai Islam di bidang perbankan. Walau begitu masih banyak siswa-siswi yang lebih memilih bank konvensional dalam menggunakan jasa. Sehingga minat siswa-siswi untuk menabung di bank syariah sangat rendah.

Akad-akad yang digunakan oleh perbankan syariah dalam menjalankan produk tersebut pada dasarnya dengan perhitungan bagi hasil, yang mana perhitungan ini akan menghitung besar keuntungan masing-masing pihak dari keuntungan yang didapatkan. Sistem ini telah

²Devie Kania, "Jumlah nasabah bank syariah" (<http://www.beritasatu.com> diakses pada tanggal 12 Februari 2018 pukul 21:56 WIB).

dipraktekkan dalam bentuk perdagangan yang berlangsung sejak awal masa Islam. Sistem tersebut dikembangkan para ulama untuk merealisasikan perdagangan yang sedang berlangsung pada masanya dan dilakukan berdasarkan prinsip keadilan.

Berbeda dengan bank konvensional yang menganut sistem bunga, bank syariah memiliki beberapa ciri tertentu diantaranya mengenai produk dan pengambilan keuntungan. Hanya saja produk bank konvensional yang berupa deposito, tabungan, giro, kredit, dan jasa diatur sistem bunga. Dimana, bank konvensional tidak memperhitungkan kemungkinan yang akan terjadi pada usaha yang dijalankan oleh nasabah. Keuntungan yang diterima oleh bank atas perhitungan bunga tersebut akan selalu tetap. Disinilah terlihat bahwa bank syariah dan bank konvensional berbeda secara jelas. Bank syariah membangun hubungan kemitraan dengan nasabah sedangkan bank konvensional membangun hubungan kreditur-debitur dengan nasabah.³

Hasil observasi awal beberapa siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah dikarenakan produk-produk yang ada di bank konvensional menggunakan sistem bunga, dimana setiap keuntungan atas usaha yang dijalankan akan selalu tetap.⁴ Sedangkan menurut Nursaidah siswi SMK Negeri 4 Padangsidempuan mengatakan bahwa bank konvensional banyak digunakan dikalangan sekitarnya, seperti teman, sahabat dan keluarga. Jadi Nursaida lebih tertarik menabung di bank konvensional. Pendapat siswa lain

³M.Sulhan & Ely Siswanto, *Op. Cit.*, hlm. 100-101.

⁴Wawancara dengan Nurul Hidayah Nasution, Jurusan Perbankan, SMK N 4 Padangsidempuan, 2 Oktober 2018.

memilih menabung di bank konvensional dikarenakan pengetahuan yang belum mendalam terhadap bank syariah.⁵

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran di Indonesia menyatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu. Dimana garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari individu yang bersangkutan dan berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan faktor-faktor yang secara umum adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi dan faktor psikologi.⁶

Berdasarkan pemikiran di atas, peneliti berusaha mengalisis faktor apa saja yang mendorong siswa-siswi untuk bergabung di bank syariah. Minat atau keinginan diri salah satu indikator untuk menciptakan pilihan apalagi yang namanya keputusan dalam menabung sekaligus mengelola keuangan. Dari beberapa faktor terdapat hasil dari penitilian awal peneliti pada siswa-siswi SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel I.1
Siswa-siswi kelas X, XI dan XII Jurusan Perbankan di SMK
Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling Kecamatan
Padangsidimpuan Tenggara

No.	Keterangan	Jumlah siswa-siswi
1.	Bank Syariah	15
2.	Bank Konvensional	26

⁵Wawancara dengan Aryani Dilla Syafitri, Jurusan Perbankan, SMK N 4 Padangsidimpuan, 2 Oktober 2018.

⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 243.

3.	Tidak Menggunakan Bank	30
4.	Jumlah	71

Sumber: Siswa-siswi SMK Negeri 4 Padangsidimpuan

Dari tabel. I.1 di atas dapat dilihat bahwa pengguna bank syariah lebih sedikit dari pada bank konvensional dan masih banyak siswa-siswi yang tidak menggunakan bank. Melihat pandangan siswa-siswi tentang bank syariah, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kurangnya minat siswa-siswi untuk menggunakan jasa bank syariah. Adapun diantaranya adalah kurangnya pengetahuan mengenai bank syariah, tidak adanya motivasi untuk menggunakan jasa bank syariah, faktor waktu yang harus ditempuh menuju lokasi bank syariah serta biaya yang akan dikeluarkan menuju bank syariah terdekat. Maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor sosial siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara yang beragama Islam belum sepenuhnya menggunakan jasa bank syariah.

2. Faktor promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara belum sepenuhnya menarik minat siswa-siswi untuk menabung di bank syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, ada beberapa masalah dalam penelitian ini. Namun, keterbatasan waktu dan keterbatasan ekonomi maka peneliti membatasi masalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa-siswi terhadap minat menabung di Bank Syariah yaitu, faktor sosial dan faktor promosi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh sosial terhadap minat manabung di bank syariah? (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat manabung di bank syariah? (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)
3. Apakah terdapat pengaruh sosial dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah? (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri

4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Pada penelitian ini terdiri dari beberapa variabel:

1. Variabel dependen (terikat)

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah minat.

2. Variabel independen (bebas)

Variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah faktor sosial dan faktor promosi.

Untuk lebih mudah memahami tentang definisi operasional variabel pada penelitian ini, dapat dilihat dalam table dibawah ini:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1	Faktor Sosial (X ₁)	Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Komponen yang termasuk kelompok acuan, keluarga, dan	1. Keluarga 2. Status sosial ⁷	Skala Ordinal

⁷Monle Lee dan Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 110.

		status sosial. Para anggota keluarga dapat memberikan pengaruh kuat terhadap perilaku pembeli.		
2	Faktor Promosi (X_2)	Kegiatan menginformasikan produk untuk menarik calon konsumen. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk.	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Publikasi ⁸	Skala Ordinal
3	Minat (Y)	Minat adalah kecenderungan untuk menentukan keputusan ataupun tindakan. Minat merupakan rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang didorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Sikap ⁹ 4. Agama ⁹	Skala Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4

⁸Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), jlm 148.

⁹*Ibid.*, hlm. 121-122.

Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Merupakan salah satu syarat bagi peneliti agar bisa mendapatkan gelar sarjana dan untuk menambah pengalaman dan pengetahuan secara teori maupun praktek, yang dapat digunakan untuk memasuki dunia kerja.

2. Bagi Siswa-siswi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menabung di bank syariah.

3. Bagi Dunia Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka penelitian menggunakan sistematika pembahasan masing-masing bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah dimana dalam hal ini dijelaskan tentang alasan penelitian terkait judul, identifikasi masalah, dalam hal ini dicantumkan beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian batasan masalah, rumusan masalah mengenai permasalahan-permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian, definisi operasional variabel mengenai definisi variabel secara operasional dalam penelitian, tujuan penelitian yang dilakukan serta kegunaan penelitian mengenai manfaat yang diperoleh dari penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang landasan teori (tinjauan umum) mengenai minat menabung siswa-siswi pada bank syariah yang meliputi faktor sosial dan faktor promosi, kemudian penelitian terdahulu yang menggambarkan penelitian terkait judul, kerangka pikir dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian terkait judul.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang meliputi lokasi pada SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara dan waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober

2018 sampai selesai, jenis penelitian dalam hal ini merupakan penelitian kuantitatif, populasi dan sampel berjumlah 71 sampel, serta teknik pengambilan sampel yaitu *sampling jenuh*, sumber data menggunakan data primer, teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang objek penelitian, deskripsi hasil penelitian yang memaparkan data penelitian, kemudian peneliti menjelaskan hasil analisis data serta keterbatasan peneliti.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Teori Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan, kehendak dan kesuksesan. Minat dapat timbul karena daya tarik dari dan juga datang dari hari sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai dan memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu.¹ Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang. Menurut Abdul Rahman Saleh “minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang”.²

Menurut Witherington “mengemukakan bahwa arti minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut dengan dirinya”.³ Sedangkan menurut Yudrik Jahja dalam bukunya Psikologi Pendidikan “minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan tertariknya perhatian individu pada

¹M.dalyono, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 56.

²Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

³Witherington, *Psikologi Pendidika*, (Jakarta: Aksara Baru, 1991) hlm. 135.

objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang”.⁴ Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kemauan hati seseorang untuk memiliki atau menggunakan suatu objek yang menyangkut dirinya dengan disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain.

b. Macam-Macam Minat

Menurut Elizabeth B. Hurlock minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, yaitu:

- 1) Minat terhadap tubuh manusia.
- 2) Minat terhadap penampilan.
- 3) Minat pada pakaian.
- 4) Minat terhadap nama.
- 5) Minat terhadap lambang status.
- 6) Minat pada agama.
- 7) Minat pada sekolah.
- 8) Minat pada pekerjaan dimasa mendatang.

Sedangkan menurut Abdul Rahman Saleh dan Mauhib Abdul Wahab ada beberapa macam minat yaitu:

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu minat *primitif* dan *kultural*, dimana minat *primitif* adalah minat

⁴Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2011) hlm. 120.

yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman dan kebebasan beraktivitas. Sedangkan yang dimaksud dengan minat *kultural* adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita, misalnya keinginan untuk membeli mobil, kekayaan dan pakaian mewah.

- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Dimana minat *intrinsik* adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang mendasar atau minat asli. Sedangkan minat *ekstrinsik* adalah minat yang bertujuan dengan hasil akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Misalnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapat pujian.⁵
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dibedakan menjadi empat yaitu:
 - a) *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menulis kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi.

⁵Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Op. Cit.*, hlm. 266.

- b) *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobbinya.
- c) *Tested Interest* adalah minat yang diungkapkan secara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) *Infontoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarnisasikan, dimana biasanya berisi pernyataan-pernyataan yang ditujukan kepada subjek aktivitas atau suatu objek yang ditanyakan.⁶

c. Faktor-Faktor Timbulnya Minat

Faktor adalah keadaan ataupun peristiwa yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu. Ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara umum adalah:

⁶*Ibid*, hlm. 268.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi suatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang biasa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka apa yang mereka rasakan.⁷

2) Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.⁸ Faktor sosial ini terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan.⁹ Faktor ini terdiri dalam kelompok usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup

4) Faktor Psikologi

Faktor Psikologi adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas kemauan

⁷Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen", *Dalam Jurnal*, No. 32&36 Semarang 50242, hlm. 6.

⁸Agung Suprayitno, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Memebeli Di Indomaret", *Dalam Jurnal*, Volume 9, No. 2, Desemberr 2015, hlm.27.

⁹Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, *Op. Cit.*, hlm. 7.

terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.¹⁰ Faktor psikologi terdiri dari kelompok motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan, dan sikap pendirian.

Menurut Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut:¹¹

- a) Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja sama atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan dari lain-lain.
- b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang.
- c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

¹⁰Agung Suprayitno, *Op. Cit.*, hlm. 5.

¹¹Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Op. Cit.*, hlm. 264.

d. Minat dalam Perfektif Islam

Sebagaimana dengan bakat minat juga merupakan sesuatu yang harus diteruskan pada hal-hal konkret. Karena sebenarnya minat masih merupakan hal yang abstrak. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang dituntut dalam islam, jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka itu tidak ada gunanya.¹²

Sesuatu yang naif jika seseorang memiliki minat pada sesuatu namun tidak meresponnya dengan tindakan nyata. Karena pada dasarnya jika kita menaruh minat pada sesuatu, maka kita menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan obyek atau lingkungan tersebut. Misalnya, seseorang yang berminat menguasai Bahasa Inggris, maka dia akan melakukan upaya untuk dapat mengetahui bahkan untuk berkomunikasi dengan bahasa inggris.

Dalam Al-Qur'an pembicaraan tentang hal ini terdapat pada surat pertama turun. Pada ayat pertama turun perintahnya adalah agar membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian teksual, akan tetapi semua spek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini,

¹²*Ibid.*, hlm. 272.

yang berkaitan dengan minat yang disampaikan dalam Al-Qur'an surat Al-Alaq ayat 3-5:¹³

أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿١﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٢﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٣﴾

Artinya:

Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya. (Q.S. Al-Alaq ayat 3-5).¹⁴

Jadi, betapapun minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT, kepada kita. Namun, bukan berarti kita berpangku tangan dan minat serta bakat tersebut berkembang dengan sendirinya. Tetapi, upaya kita adalah mengembangkan sayap anugerah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sebagai karunia-Nya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan dimana kita berada.

2. Teori Faktor Sosial

a. Pengertian Faktor Sosial

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong adalah pembagian masyarakat yang permanen dan berjenjang. Anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku serupa.¹⁵

¹³*Ibid.*, hlm. 273.

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Termehannya* (Jakarta: Al-Fati, 2012), hlm. 597.

¹⁵Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Yrama Wydia, 2011), hlm. 36.

Defenisi lain, faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status dan penghargaan komunikasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.¹⁶

b. Bagian Faktor Sosial

Terdapat beberapa ruang lingkup pada faktor sosial yaitu terdiri dari:

1) Kelompok acuan

Kelompok acuan yaitu terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa kelompok keanggotaan primer seperti, keluarga, teman tetangga, rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus menerus dan informal. Orang yang menjadi anggota kelompok skunder, seperti kelompok agama, profesi dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.¹⁷ Menurut Nugroho J. Setiadi, pada umumnya seseorang sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, memperlihatkan pada seseorang perilaku gaya hidup baru. Kedua, mereka juga memengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang

¹⁶Agung Suprayitno, *Op. Cit.*, hlm. 5.

¹⁷Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 12 Jilid 1* (Jakarta:PT. Macanan Jaya Camerlang, 2007), hlm. 217.

karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.¹⁸

2) Keluarga

Keluarga, yaitu kelompok primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga terdiri dari orang tua, dari orang tua yang seseorang memperoleh pandangan agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Anggota keluarga juga sangat kuat mempengaruhi perilaku pembelian. Keluarga adalah “organisasi pembelian konsumen” paling penting dalam masyarakat yang telah diteliti secara ekstensif. Pemasar berminat atas peran dan pengaruh suami, istri serta anak dalam pembelian barang dan jasa.

3) Peran dan status sosial

Peran dan status sosial, pada umumnya seseorang berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status.¹⁹ Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirerki dan keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang serupa.²⁰ Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku

¹⁸Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 11.

¹⁹Philip Kotler dan Kevin Keller, *Op, Cit.*, hlm. 329.

²⁰Nugroho J. Setiadi, *Op, Cit.*, hlm. 10-11.

manusia umumnya dipelajari. Setiap orang pasti berpartisipasi dengan banyak kelompok sepanjang hidupnya. Posisi orang dalam setiap kelompok inilah disebut sebagai peran dan status. Orang-orang memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status dalam masyarakat.

c. Faktor Sosial Keluarga dalam Perspektif Islam

Sejak awal peradaban manusia, masyarakat baik dalam individu maupun kelompok, memiliki peranan penting dalam perekonomian. Pada dasarnya peran masyarakat ini merefleksikan kepedulian mereka terhadap sesama. Mereka bekerja tidak selalu untuk kepentingan dirinya semata tetapi juga untuk kepentingan orang lain, salah satu motivasinya adalah karena seseorang menyadari bahwa hidupnya akan selalu membutuhkan orang lain. Manusia adalah makhluk individu sekaligus sosial sehingga secara natural selalu membutuhkan uluran tangan dan suka mengulurkan tangannya kepada orang lain, baik dalam bentuk materi maupun non materi.

Seorang muslim terhadap muslim lainnya adalah ibarat satu tubuh atau bangunan yang saling mendukung antara satu bagian dengan bagian lainnya. Keluarga memiliki peranan penting dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat, di luar sistem ekonomi pertukaran dalam maupun pemerintah. Keluarga telah memberikan kontribusi yang bernilai ekonomis sangat tinggi terhadap perekonomian. Ajaran islam mewajibkan kepala keluarga untuk

bertanggung jawab atas nafkah seluruh anggota keluarga serta mengatur hak dan kewajiban seluruh anggota keluarga, islam juga mengatur ketentuan waris sebagai bentuk mekanisme redistribusi kekayaan yang bersifat pasti.²¹

3. Teori Faktor Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.²²

Promosi menurut Kasmir, merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal suatu lembaga, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala

²¹Pusat Pengajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 463-467.

²²Danang Suntoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta. CAPS, 2014), hlm. 155.

jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.²³

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan yang dilakukan setiap perusahaan untuk memasarkan atau mengenalkan produk-produk mereka agar dikenal oleh masyarakat atau para konsumen sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah.

Para pemasar melakukan promosi karena sejumlah alasan:

- 1) Menyediakan informasi, baik pembeli maupun penjual mendapat manfaat dari fungsi informasi yang sanggup dilakukan oleh promosi.
- 2) Merangsang permintaan, salah satu tujuan paling jelas dan langsung dari promosi adalah merangsang permintaan.
- 3) Membedakan produk, banyak organisasi mencoba membedakan mereka dan produknya melalui penggunaan promosi. Hal tersebut khususnya penting bagi produk yang secara inheren tidak banyak berbeda dari competitor mereka.²⁴

b. Jenis-Jenis Promosi

Promosi memiliki sarana masing-masing yang bertujuan menginformasikan suatu produk atau jasa kepada masyarakat atau konsumen, adapun sarana yang digunakan dalam promosi yaitu:

²³Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Perenada Media Group, 2010), hlm. 155.

²⁴Hendri Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Selemba Empat, 2000) hlm. 754-755.

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.²⁵ Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a) Pemasaran *billboard* di jalan-jalan strategis.
- b) Pemasaran melalui Koran.
- c) Pemasaran melalui televisi.
- d) Pemasaran melalui radio.
- e) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- f) Percetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- g) Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank masing-masing media melakukan tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu sebagai berikut:

- a) Untuk memberitahu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank.
- b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- c) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.

²⁵Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 156-157.

- d) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relative besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar).
- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c) Pemberian cendramata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- d) Promosi penjualan lainnya.²⁶

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melakukan kegiatan seperti pameran. Perlombaan cerdas

²⁶*Ibid*, hlm. 159.

cermat, bakti sosial, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4) Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* oleh petugas *customer service* atau *service asistence*²⁷

c. Promosi dalam Perspektif Islam

Promosi dalam islam adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung maupun tidak, atau memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya yang didalamnya tidak mengantung *maysir, qimar, dan gharar*.

Sedangkan dalam perdagangan islam disebut bahwa, dalam pasar syari'ah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksi In Syaa Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT, keefektipan dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media promosi yang

²⁷*Ibid.*, hlm. 160.

digunakan dan jenis produk yang dipasarkan bagaimana firman Allah yang menggambarkan golongan kaum muslimin yang beruntung.²⁸ Islam menghalalkan ummatnya berniaga sebagaimana firman Allah SWT berikut Surah *An-Nisa* ayat 29 berikut ini:

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya:

Hai orang-orang beriman janganlah kamu sering memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan berniaga yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.²⁹

Tafsir dari ayat di atas adalah, kata '*an taradim minkum*, keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi dilubuk hati, tetapi yang indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat.³⁰ Maksudnya janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang dihamarkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyariatkan dan berdasarkan kerelaan antara penjual dengan pembeli. Kerjakan

²⁸Hery Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013) hlm. 64,

²⁹Departemen Agama RI, *Op, Cit.*, hlm. 64.

³⁰Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999) hlm. 293.

perdagangan yang demikian dan jadikanlah sebagai saran untuk memperoleh harta kekayaan.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi rujukan bagi landasan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Yayan Fauzi/ Skripsi, 2010 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/ Fakultas Syariah Ilmu Ekonomi Islam)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Perbankan Syariah	(X ₁) Pelayanan (X ₂) Kualitas Produk (X ₃) Religiusitas (Y) Minat Menabung	Hasil kesimpulan dari penelitian ini bahwa factor <i>religiutas</i> dan produk sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Secara parsial <i>religiutas</i> tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.
2	Faisal/Jurnal, 2016 (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta/Fakultas Ekonomi dan Bisnis)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa	(X ₁) Faktor religius (X ₂) Faktor fasilitas (X ₃) Faktor	Menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh

³¹*Ibid.*, hlm. 693-694.

		untuk menjadi nasabah di bank syariah.	pengetahuan (X ₄) Faktor promosi (Y) Minat menjadi nasabah	signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
3	Wyska Mielanti Dana Saputri/Skripsi, 2017 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN sunan kalijaga untuk menabung di bank syariah.	(X ₁) Literasi keuangan (X ₂) Bagi Hasil (X ₃) Reigiusitas (X ₄) Pendapatan (Y) Minat Menabung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, bagi hasil, reigiusitas, dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
4	Uniyanti/Skripsi, 2018 (UIN Alauddin Makassar/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam negeri alauddin Makassar)	(X ₁) Religiusitas (X ₂) Tingkat pendapatan/ uang saku	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel relegiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, dan variabel tingkat pendapatan/ uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap

				minat menabung mahasiswa di bank syariah.
5	Putri Andri Yani./Skripsi, 2018 (UIN Raden Intan Lampung)	Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan minat calon nasabah (studi pada BRI syariah kantor cBng kedaton Bandar Lampung)	(X ₁) Promosi (X ₂) Kualitas Pelayanan	Hasil peneliti menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan minat calon nasabah, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan minat calon nasabah di BRI syariah.

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yayan Fauzi, sama-sama menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Sedangkan perbedaan penelitian Yayan Fauzi mengambil 3 variabel untuk di analisa dari nasabah.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Faisal, faktor salah satu yang akan dianalisis dalam minat menabung di bank syariah adalah faktor promosi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Faisal yaitu tempat penelitian yang berbeda.

3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wyska Mielanti Dana Saputri terdapat pada variabel Y yaitu minat menabung di bank syariah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel X yaitu penelitian Wyska Mielanti Dana Saputri menggunakan 4 variabel X, literasi keuangan (X1), bagi hasil (X2) reigusitas (X3) dan Pendapatan (X4). Sedangkan peneliti hanya menggunakan 2 variabel X, faktor sosial (X1) dan faktor promosi (X2).
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Uniyanti terdapat pada variabel Y yaitu minat menabung pada bank syariah, persamaan lain terdapat pada jenis penelitian yaitu kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Uniyanti yaitu terdapat pada variabel (X₁) dan (X₂) serta studi kasus, serta tempat penelitiannya.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putri Andri Yani terdapat pada penggunaan data yang dilakukan dengan kuisisioner dan dokumentasi. Sedang perbedaan kedua penelitian ini terdapat pada sampel yang digunakan.

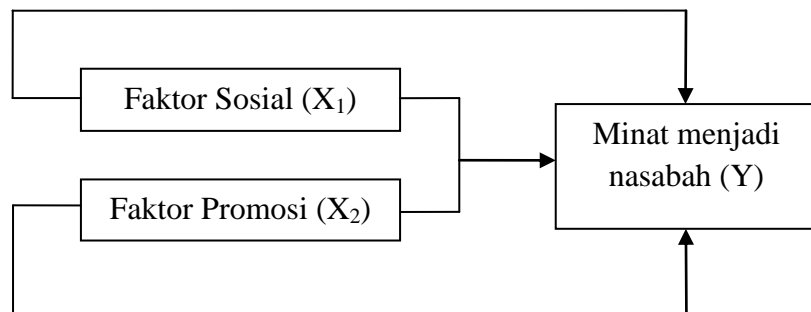
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir diperlukan untuk mendudukan masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian. Kerangka pikir berikut ini menggambarkan minat menabung di bank syariah studi kasus siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan

Tenggara. Hal ini didasarkan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi faktor pribadi, faktor psikologi. Namun penelitian ini dibatasi pada faktor sosial dan faktor promosi.

Adapun kerangka pikir yang peneliti gambarkan sebagai berikut:

Gambar. II.1
Kerangka Pikir



Berdasarkan Gambar. 1 diatas bertujuan untuk mengetahui variabel independen yaitu faktor sosial (X₁) secara parsial mempengaruhi variabel dependen yaitu minat menabung di bank syariah (Y). Variabel independen yaitu faktor promosi (X₂) secara parsial mempengaruhi variabel dependen yaitu minat menabung di bank syariah (Y) dan variabel independen yaitu faktor sosial dan faktor promosi secara simultan mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta

empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³²

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1}: Terdapat pengaruh faktor sosial secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

H_{a2}: Terdapat pengaruh faktor promosi terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

H_{a3} : Terdapat pengaruh faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung di bank syariah. (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2010), hlm. 64.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2018 s/d Maret 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang mementingkan ke dalam data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitik beratkan pada ke dalaman data, yang penting terdapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya didominasi oleh peran statistik.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi SMK Negeri 4 Padangsidempuan Jurusan Perbankan yang berada di Perkebunan

¹Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 19.

²Sugiyono, *Metodolog Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 80.

Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara. Jumlah siswa-siswi 71 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya dan pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.³ Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.⁴ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Jenuh*. *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel.⁵

Pendapat Suharsimi Arikunto “jika jumlah anggota subjek dalam populasi kurang dari 100 atau antara 100 hingga 150 orang, dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket, sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya.”⁶

Berdasarkan Tabel I.1. di latar belakang masalah, siswa-siswi kelas X, XI dan XII jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara berjumlah 71 orang. Berdasarkan keterangan tersebut, sampel pada

³Sugiyono, *Statistik Untuk Peneliti* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 55.

⁴*Ibid.*, hlm. 81.

⁵*Ibid.*, hlm. 85.

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993) hlm. 95.

penelitian ini adalah siswa-siswi kelas X, XI dan XII jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara yang menjadi sampel yaitu 71 orang.

D. Sumber Data

Sumber data dilihat dari cara mengambil atau memperoleh data, adapun sumbernya yaitu berupa data primer. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan dioleh sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan.⁷ Jadi data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data dapat diperoleh dari sejumlah siswa-siswi.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto “Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan permuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra”.⁸ Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi terstruktur. Menurut sugiyono “observasi terstruktur merupakan observasi yang telah dirancang

⁷Rosady Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hlm. 138.

⁸Suharsimi Arikunto, *Op., Cit.*, hlm. 190.

secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, dimana tempatnya”. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati.⁹

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.¹⁰

3. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.¹¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.¹²

Cara pengukuran dengan menggunakan skala likert ini adalah dengan menghadapkan seseorang responden diminta untuk memberikan jawaban “Sangat Setuju”, ”Setuju”, “Ragu-ragu”, “Tidak Setuju”, “Sangat Tidak Setuju”.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 1993). hlm. 72.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 130-132.

¹¹*Ibid.*, hlm. 135.

¹²*Ibid.*, hlm. 86-87.

Tabel III. 1
Penetapan Skor Skala Alternatif Atas Jawaban Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor Sifat Pernyataan	Kategori Jawaban
A	5	Sangat Setuju
B	4	Setuju
C	3	Ragu-ragu
D	2	Tidak Setuju
E	1	Sangat Tidak Setuju

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Faktor Sosial

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Faktor Sosial (Variabel X ₁)	a. Keluarga	1,2
	b. Peran Sosial dan Status Sosial	3,4

Tabel III.3
Kisi-kisi Angket Faktor Promosi

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Faktor Promosi (Variabel X ₂)	a. Periklanan	5,6
	b. Promosi Penjualan	7,8
	c. Publisitas	9,10

Tabel III.4
Kisi-kisi Angket Minat

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Minat (Y)	a. Motivasi	11,12,13
	b. Persepsi	14,15
	c. Sikap	16,17
	d. Agama	18,19,20

4. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen,

peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Metode dokumentasi dapat dilaksanakan dengan:

- a) Pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya.
- b) *Chek-list*, yaitu daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya. Dalam hal ini peneliti tinggal memberikan tanda atau *tally* setiap kemunculan gejala yang dimaksud.¹³

F. Analisis Data

Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis yang tentunya disesuaikan dengan tujuan riset yang dilakukan. Kajian dalam bidang penelitian sebenarnya sangatlah luas sehingga terdapat banyak sekali alat analisis yang dapat digunakan oleh para peneliti dalam mengolah datanya.

Akan diuraikan pokok-pokok bahasan yang berkaitan dengan pemanfaatan alat analisis statistik untuk menganalisis gejala penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji validitas atau kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,05. Dimana jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

¹³Suharsimi Arikunto, *Op., Cit.*, hlm. 158.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsistensidari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama (homogen) diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Hasil perhitungan reliabilitas dikonsultasikan dengan r_{tabel} *product moment* dengan taraf signifikan 0,05.

3. Uji Normalitas

Menurut Nur Asnawi dan Masyhuri Uji normalitas adalah:

Untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogorof-smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji kolmogorof-smirnov $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Dan jika hasil uji kolmogorof-smirnov $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.¹⁴

4. Uji Linearitas

Uji linier bertujuan untuk mengetahui apakah ketiga variabel mempunyai hubungan yang linier. Pengujian linieritas melalui SPSS dengan menggunakan *deviation from linearity*.

¹⁴Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op., Cit.*, hlm. 29.

Menurut Duwi Priyatno uji linieritas adalah:

Digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah ketiga variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi person atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *deviation from linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05.¹⁵

5. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian perlu diadakan adanya uji asumsi klasik dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyakit dalam suatu data tersebut. Oleh karena itu diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan yang mencakup pengujian sebagai berikut:

a. Uji *Multikolinieritas*

Menurut Imam Ghozali uji multikolinieritas merupakan:

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.¹⁶

Menurut Duwi Priyatno Uji Multikolinieritas merupakan:

Antara variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasi tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar.¹⁷

¹⁵Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014) hlm. 79.

¹⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 103.

¹⁷Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 99-103.

Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya akan terganggu. Adapun uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada model regresi. Dengan syarat ketentuan pengujian: Jika nilai VIF lebih kecil dari 5 atau $VIF < 5$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Sedangkan jika nilai VIF lebih besar dari 5 atau $VIF > 5$ maka artinya terjadi multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi anantara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi.¹⁸ Metode yang digunakan untuk menguji *autokorelasi* adalah melalui tabel *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS, adapun bentuk secara umum adalah:¹⁹

Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 106.

¹⁹Nur Asnawi dan Masyhuri, *Loc, Cit.*,

3) $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti

c. Uji *Heterokedastisitas*

Uji *Heterokedastisitas* adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.²⁰ *Homoskedastisitas* berarti bahwa varians dari *error* bersifat konstan (tetap) atau disebut juga identik. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.²¹

Menurut Duwi Priyatno untuk uji *heterokedastisitas* adalah sebagai berikut:

Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi *heterokedastisitas*. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu *y*, maka tidak terjadi *heterokedastisitas*.

Metode yang digunakan untuk menguji *heterokedastisitas* adalah dengan menggunakan uji *scatterplots* regresi. Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya adalah:²²

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi *heterokedastisitas*.

²⁰Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 179.

²¹Setiawan dan Dewi Endah Kosrini, *Ekometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 82.

²²Duwi Priyatno, *Op., Cit.*, hlm. 113.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

6. Analisis Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinan (*R Square*)

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman variabel Y yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel X), atau dengan kata lain seberapa besar variabel X dapat memberikan kontribusi terhadap variabel Y.²³

Menurut Setiawan dan Dwi Endah Kosrini

Dalam pengukuran besarnya persentase kebenaran dari uji regresi tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi multiple (koefisien determinasi mengukur proporsi dari variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas). Apabila nilai koefisien determinasi suatu regresi mendekati 1 maka semakin baik regresi tersebut dan apabila semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel variabel dependen.²⁴

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Jika t hitung $>$ t tabel pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh antara variabel

²³Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 350.

²⁴Setiawan dan Dwi Endah Kosrini, *Op. Cit.*, hlm. 64.

bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y, begitu sebaliknya.²⁵

Adapun kriteria pengujiannya adalah:²⁶

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji f atau sering disebut ANOVA atau analisis varian yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui secara simultan apakah berpengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05.²⁷

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $f_{hitung} < f_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Analisis linear berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai

²⁵Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op, Cit.*, hlm. 182-183.

²⁶Duwi Priyatno, *Op, Cit.*, hlm. 161.

²⁷*Ibid.*, hlm. 157-158.

faktor predictor dimanipulasi (dinaik turun). Jadi analisis linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.²⁸

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung

X₁ = Faktor Sosial

X₂ = Faktor Promosi

a = Konstanta, perpotongan garis pada
Sumbu X

b₁ b₂ = Koefisien Regresi

²⁸Sugiyono, *Op., Cit.*, hlm. 275.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat SMK Negeri 4 Padangsidempuan

SMK Negeri 4 Padangsidempuan didirikan pada tanggal 23 oktober 2012 di Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara kota Padangsidempuan. Mulanya pemerintah daerah ingin membangun SMA PLUS Padangsidempuan dilokasi ini, akan tetapi dibatalkan dan akhirnya menjadi SMK Negeri 4 Padangsidempuan, dimana jurusan yang dibuka pada saat itu adalah jurusan yang belum ada diseluruh sekolah SMK Negeri di kota Padangsidempuan.

Kepala sekolah pertama di SMK Negeri 4 Padangsidempuan adalah ibu Dra. Darwisah Lubis dengan jumlah guru atau tenaga pengajar pertama sebanyak 6 orang, dan jumlah siswa-siswi angkatan pertama yang mendaftar sebanyak 144 orang dengan dua bidang kejurusan yaitu jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) dan Perbankan (PBK). Seiring berjalannya waktu, kini SMK Negeri 4 Padangsidempuan mengalami kemajuan yang pesat. Saat ini yang menjabat sebagai kepala sekolah di SMK Negeri 4 Padangsidempuan ialah Bapak Drs. Jas Amri, M.pd, dengan jumlah guru 41 orang dan 469 orang peserta didik. Dengan penambahan jurusan yaitu jurusan Multimedia, Akuntansi, dan Teknik

Batu Beton (bangunan). Status kepemilikan tanah/lahan SMK Negeri 4 Padangsidempuan adalah milik Pemerintah daerah.¹

2. Visi dan Misi SMK Negeri 4 Padangsidempuan

a. Visi

Mewujudkan tamatan yang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dilandasi Iman dan Taqwa serta berakhlak mulia.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kompetensi peserta didik sesuai dengan program keahliannya masing-masing.
- 2) Meningkatkan sarana dan prasarana pendidikan untuk mendukung proses belajar mengajar yang optimal.
- 3) Meningkatkan hubungan kerja sama dengan masyarakat dan dunia usaha/dunia industri dalam pelaksanaan praktek kerja industri dan pemasaran tamatan.
- 4) Mewujudkan lingkungan sekolah yang aman, asri, dan kondusif.
- 5) Menanamkan sikap disiplin, kepekaan sosial, semangat nasionalisme, dan patriotisme kepada seluruh warga sekolah.

¹Asrul Azis Lubis, S.Pd., Wakil Bidang Humas SMK Negeri 4 Padangsidempuan, Wawancara di SMK Negeri 4 Padangsidempuan, Tanggal 11 Desember 2018.

4. Letak Geografis SMK Negeri 4 Padangsidimpuan

SMK Negeri 4 Padangsidimpuan terletak di Jalan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatra Utara. Sekolah ini merupakan salah satu SMK Negeri yang terdapat di kota Padangsidimpuan. Sekolah ini berdiri di atas tanah seluas 40.000m². Tanah dan bangunan yang ada sekarang merupakan milik SMK Negeri 4 Padangsidimpuan, bukan menyewa atau menumpang. Secara geografis SMK Negeri 4 Padangsidimpuan berbatasan dengan:

- a. Sebelah Timur berbatasan dengan SD 200509 Perkebunan Pulau Bauk.
- b. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Perkebunan Pulau Bauk.
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan perumahan perkebunan PTPN 3.
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan SMA Negeri 8 Padangsidimpuan.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah siswa-siswi jurusan Perbankan SMK Negeri 4 Padangsidimpuan di SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara yang berjumlah 71 orang. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar pada 71 siswa-siswi SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Total pernyataan angket yang disebar pada responden adalah sebanyak 20 butir pernyataan, dimana 4 pernyataan untuk

variabel factor sosial (X_1), 6 butir pernyataan untuk variabel factor promosi (X_2) dan 10 butir pernyataan untuk variabel minat menabung (Y).

Penyebaran angket dilakukan dengan mekanisme yaitu peneliti langsung menemui responden. Berikut karakteristik responden dalam penelitian ini:

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel IV.1
Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	15 tahun	10	14%
2.	16 tahun	17	24%
3	17 tahun	30	42%
4	18 tahun	14	20%
Total		71	100%

Berdasarkan tabel IV.1 di atas dapat diketahui responden usia pada penelitian ini adalah sebanyak 14% responden berusia 15 tahun, sebanyak 24% responden berusia 16 tahun, 42% responden berusia 17 tahun dan 20% responden berusia 18 tahun.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel IV.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	9	12%
2.	Perempuan	62	88%
Total		71	100%

Berdasarkan tabel IV.2 di atas dapat diketahui responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 12%, perempuan sebanyak 88%.

3. Karakteristik responden berdasarkan kelas

Tabel IV.3
Data Responden Berdasarkan Kelas

No.	Kelas	Frekuensi	Persentase
1.	X	20	28%
2.	XI	24	34%
3.	XII	27	38%
Total		71	100%

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat diketahui responden berdasarkan kelas pada penelitian ini adalah kelas X sebanyak 28%, kelas XI sebanyak 34%, kelas XII sebanyak 38%.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskriptif kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung pada bank syariah. Data hasil peneliti tersebut dijadikan berikut ini.

1. Variabel Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung pada bank syariah. Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai faktor sosial terhadap minat menabung pada bank syariah. Dengan mengetahui tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti. Dalam variabel faktor

sosial (X_1) dari 2 indikator yang telah ditetapkan ini diajukan 4 pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV.4
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sosial

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Keluarga					
	Saya menggunakan bank syariah karena anggota keluarga saya juga menggunakannya.	-	7	21	31	12
	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari teman.	-	7	21	31	12
Presentasi Keluarga		-	10%	29%	44%	17%
No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Status Sosial	SS	S	R	TS	STS
	Saya menabung dibank syariah karena ingin disegani diantara teman-teman saya.	4	7	9	18	33
	Saya tidak akan menabung dibank syariah karena perminatnya rendah.	-	7	17	36	11
Presentasi Status Sosial		3%	10%	18%	38%	31%
Jumlah		4	28	68	116	68
Persentase (%)		1,5%	10%	23,5%	41%	24%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- Pada pernyataan keluarga, dari 71 responden 10% sesuai, 29% ragu-ragu, 44% tidak sesuai dan 17% sangat tidak sesuai.
- Pada pernyataan status sosial, dari 71 responden 3% menyatakan sangat sesuai, 10% sesuai, 18% ragu-ragu, 38% tidak sesuai dan 31% sangat tidak sesuai.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari kedua indikator untuk variabel faktor sosial adalah sebanyak 1,2% responden yang menyatakan sangat sesuai, 10% responden yang menyatakan sesuai, 23,5% responden yang menyatakan ragu-ragu, 41% yang menyatakan tidak sesuai

dan 24% yang menyatakan sangat tidak sesuai. Dilihat dari faktor sosial, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai keluarga dan status sosial terkait minat menabung responden pada bank syariah.

2. Variabel Faktor Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai faktor promosi. Dalam pernyataan variabel faktor promosi tersapat 3 indikator yang telah ditetapkan, dari 3 indikator tersebut terdapat 6 pernyataan yang diajukan kepada responden, yaitu:

Tabel IV.5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Promosi

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Periklanan					
	Saya merasa produk bank syariah berbeda dengan bank konvensional.	-	3	18	27	22
	Iklan tentang bank syariah sering dijumpai melalui spanduk di jalan-jalan utama.	-	8	14	27	20
Presentasi Periklanan		-	8%	23%	39%	30%
No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	R	TS	STS
2	Promosi Penjualan					
	Promosi yang dilakukan bank syariah kurang menarik.	-	10	14	33	14
	Lokasi bank syariah sangat strategis.	2	6	11	38	15
Presentasi Status Sosial		2%	11%	18%	50%	20%
No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	R	TS	STS
3	Publikasi					
	Saya akan mengajak keluarga	-	10	14	33	14

	keluarga dan kerabat menabung di bank syariah.					
	Saya akan menjelaskan keuntungan bank syariah kepada orang lain.	-	8	14	29	20
Presentasi Publikasi		-	12%	20%	44%	24%
Jumlah		2	45	85	187	10
Persentase (%)		1%	10%	20%	44%	25%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- c. Pada pernyataan periklanan, dari 71 responden 8% sesuai, 23% ragu-ragu, 39% tidak sesuai dan 30% sangat tidak sesuai.
- d. Pada pernyataan promosi penjualan, dari 71 responden 2% menyatakan sangat sesuai, 11% sesuai, 18% ragu-ragu, 50% tidak sesuai dan 20% sangat tidak sesuai.
- e. Pada pernyataan publikasi, dari 71 responden 12% sesuai, 20% ragu-ragu, 44% tidak sesuai dan 24% sangat tidak sesuai.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari ketiga indikator untuk variabel faktor promosi adalah sebanyak 1% responden yang menyatakan sangat sesuai, 10% responden yang memnyatakan sesuai, 20% yang menyatakan ragu-ragu, 44% yang menyatakan tidak sesuai, 25% menyatakan sangat tidak sesuai. Dilihat dari faktor promosi, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai periklanan, promosi penjualan dan publikasi mempengaruhi terkait minat menabung responden pada bank syariah.

3. Variabel Minat

Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan tertariknya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda,

dan orang, minat berhubungan dengan kemauan hati seseorang untuk memiliki atau menggunakan suatu objek yang menyangkut dirinya dengan disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain.

Berikut ini adalah distribusi jawaban responden untuk setiap pernyataan yang diajukan mengenai variabel minat. Dalam pernyataan variabel minat tersapat 4 indikator yang telah ditetapkan, dari 4 indikator tersebut terdapat 10 pernyataan yang diajukan kepada responden, yaitu:

Tabel IV.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Promosi

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Motivasi					
	Saya menabung di bank syariah karena adanya kerja sama dengan pihak sekolah.	-	7	21	31	12
	Saya menabung di bank syariah karena saya mempelajari perbankan dan saya tertarik pada bank syariah.	2	3	18	27	22
	Saya menabung di bank syariah karena tidak dikenai biaya administrasi perbulan.	-	7	10	35	19
Presentasi Motivasi		1%	8%	23%	43%	25%
No	Pernyataan	Frekuensi				
2	Persepsi					
	Saya menabung di bank syariah karena keinginan saya.	-	7	21	31	12
	Saya menabung di bank syariah karena fasilitas yang ditawarkan lebih mudah dan terjangkau.	1	3	18	27	22
Presentasi Persepsi		1%	7%	27%	41%	24%
No	Pernyataan	Frekuensi				
3	Sikap					
	Pihak bank syariah memperlakukan nasabah dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan.	1	3	3	49	15
	Setiap keluhan nasabah ditangani dengan baik oleh pihak bank	1	7	8	40	15

	syariah.					
Presentasi Sikap		1%	7%	8%	63%	21%
No	Pernyataan	Frekuensi				
4	Agama	SS	SS	R	TS	STS
	Karyawan bank syariah mengucapkan salam ketika hendak melayani nasabah.	-	7	21	31	12
	Saya menggunakan bank syariah karena taat beragama.	-	2	16	41	11
	Kinerja bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.	2	3	3	49	15
Presentasi Agama		1%	5%	19%	57%	18%
Jumlah		7	49	139	361	155
Persentase (%)		1%	7%	19%	51%	22%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- a. Pada pernyataan motivasi , dari 71 responden 1% sangat sesuai, 8% sesuai, 23% ragu-ragu, 43% tidak sesuai dan 25% sangat tidak sesuai.
- b. Pada pernyataan promosi penjualan, dari 71 responden 1% menyatakan sangat sesuai, 7% sesuai, 27% ragu-ragu, 41% tidak sesuai dan 24% sangat tidak sesuai.
- c. Pada pernyataan publikasi, dari 71 responden 1% sangat sesuai, 7% sesuai, 8% ragu-ragu, 63% tidak sesuai dan 21% sangat tidak sesuai.
- d. Pada pernyataan publikasi, dari 71 responden 1% sangat sesuai, 5% sesuai, 19% ragu-ragu, 57% tidak sesuai dan 18% sangat tidak sesuai.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil dari keempat indikator untuk variabel minat adalah sebanyak 1% responden yang menyatakan sangat sesuai, 7% responden yang menyatakan sesuai, 19% yang menyatakan ragu-ragu, 51% yang menyatakan tidak sesuai, 22% menyatakan sangat tidak sesuai. Dilihat dari variabel minat, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai motivasi, persepsi, sikap dan

agama mempengaruhi terkait minat menabung responden pada bank syariah.

D. Hasil Analisis Data Penelitian

Untuk menguji data penelitian, dilakukan pengujian secara kuantitatif dengan menghitung data yang diperoleh dari responden yang dijadikan sebagai sampel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Adapun hasil penelitian dari peneliti sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk menguji 4 butir pernyataan untuk faktor sosial, 6 butir pernyataan untuk faktor promosi dan 10 butir pernyataan untuk minat menabung. Hasil dari uji validitas penelitian yaitu:

Tabel IV.7
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial

No. Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,891	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 71$. Pada taraf signifikan 0,05% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,230$	Valid
2.	0,891		Valid
3.	0,653		Valid
4.	0,886		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel faktor sosial dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 4 dinyatakan valid, karena seperti

yang terlihat pada tabel di atas $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n berjumlah 71 dan nilai r_{tabel} adalah 0,230.

Tabel IV.8
Hasil Uji Validitas Faktor Promosi

No. Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,424	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 71. Pada taraf signifikan 0,05% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,230$	Valid
2.	0,766		Valid
3.	0,821		Valid
4.	0,375		Valid
5.	0,821		Valid
6.	0,766		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel faktor promosi dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 dinyatakan valid, karena seperti yang terlihat pada tabel di atas $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n berjumlah 71 dan nilai r_{tabel} adalah 0,230.

Tabel IV.9
Hasil Uji Validitas Minat Menabung

No. Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,674	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 71. Pada taraf signifikan 0,05% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,230$	Valid
2.	0,507		Valid
3.	0,297		Valid
4.	0,674		Valid
5.	0,507		Valid
6.	0,355		Valid
7.	0,300		Valid
8.	0,674		Valid
9.	0,355		Valid
10.	0,355		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel faktor promosi dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 10 dinyatakan valid, karena seperti yang terlihat pada tabel di atas $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n berjumlah 71 dan nilai r_{tabel} adalah 0,230.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dari hasil uji reliabilitas variabel faktor sosial menunjukkan bahwa item variabel faktor sosial adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* $0,816 > 0,60$.

Tabel IV.11
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	6

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dari hasil uji reliabilitas variabel faktor promosi menunjukkan bahwa item variabel faktor promosi adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* $0,748 > 0,60$.

Tabel IV.12
Hasil Uji Reliabilitas Minat Menabung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.613	10

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* > 0,60. Dari hasil uji reliabilitas variabel minat menabung menunjukkan bahwa item variabel minat menabung adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* $0,613 > 0,60$.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal ataupun tidak berdistribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov smirnov*.

Tabel IV.13
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91892913
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.038
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) sebesar 0,200. Nilai

signifikansi lebih dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp.Sig 2-tailed* lebih besar dari 0,05.

4. Uji *Linearitas*

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi *pearson* atau regresi linear. Pengujian ini menggunakan apabila signifikansi (*deviation for linearity*) lebih dari 0,05 maka variabel memiliki hubungan yang linear (berhubungan).

Tabel IV.14
Hasil Uji Linearitas Faktor Sosial dan Minat Menabung

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_ Menabu ng * Faktor_ Sosial	660.835	13	50.833	5.885	.000
Between Groups	536.007	1	536.007	62.058	.000
Linearity					
Deviation from Linearity	124.827	12	10.402	1.204	.303
Within Groups	492.320	57	8.637		
Total	1153.155	70			

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Hasil uji linieritas antara faktor sosial dengan minat menabung tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai *deviation from linearity* dengan nilai signifikan $0,303 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel faktor sosial dengan minat menabung terdapat hubungan yang linier.

Tabel IV.15
Hasil Uji Linearitas Faktor Promosi dan Minat Menabung

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_ Menabung *	Between Groups	(Combined)	298.869	15	19.925	1.283	.244
		Linearity	31.380	1	31.380	2.020	.161
		Deviation from Linearity	267.489	14	19.106	1.230	.281
Within Groups			854.286	55	15.532		
Total			1153.155	70			

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Hasil uji linieritas antara faktor promosi dengan minat menabung tersebut memenuhi asumsi linieritas dengan melihat nilai linier signifikan $0,281 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel faktor promosi dengan minat menabung terdapat hubungan yang linier.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.16
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Promosi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

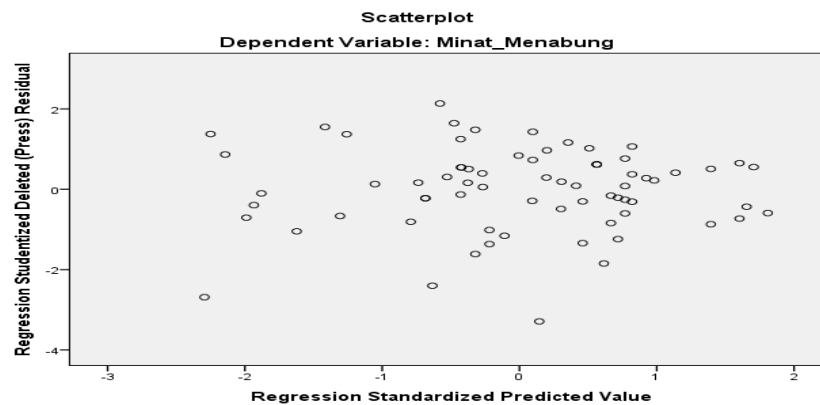
Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *tolerance* kedua variabel faktor sosial dan faktor promosi adalah 0,998 lebih besar dari 0,5 ($0,998 >$

0,5) dan nilai VIF kedua variabel faktor sosial dan faktor promosi adalah 1,002 lebih kecil dari 5 ($1,002 < 5$). Dengan demikian tidak terjadi *multikolinearitas* dalam model regresi penelitian ini.

b. Uji *Heterokedastisitas*

Gambar IV.2
Uji *Heterokedastisitas*



Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala *heterokedastisitas* karena data menyebar atau tidak membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit atau pola menaik ke kanan atas, atau menurun ke kiri atau pola tertentu lainnya. Dengan demikian tidak terdapat kesamaan varians dari residual semua pengamatan pada model regresi.

c. Uji *Autokorelasi*

Tabel IV.17
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.468	2.962	1.787

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari tabel diatas diperoleh nilai DW adalah 1.787 Kemudian nilai tabel signifikansi 0,05. Dimana jumlah data (n) = 71 dan k = 2 (jumlah variabel independen). Salah satu syarat untuk melihat agar tidak terjadi *autokorelasi* adalah apabila $DU < DW < 4-DU$ atau $(1,673 < 1,787 < 2,327)$, artinya tidak terjadi *autokorelasi*.

6. Analisis Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.18
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.468	2.962	1.787

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,695 hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan kuat antara faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung karena nilai R mendekati angka 1.

Dilihat dari hasil *R Square* (R^2) sebesar 0,483 yang artinya persentase sumbangan variasi variabel faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung sebesar 48,3% persen. Sedangkan sisanya sebesar 51,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, yakni faktor pribadi dan religiusitas.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel IV.19
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Promosi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $72 - 2 - 1 = 68$, dengan menggunakan uji dua sisi $0,05 : 2 = 0,025$. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,995 jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

- 1) Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variable faktor sosial sebesar $7.739 > 1,995$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap minat menabung.
- 2) Kemudian pada variabel faktor promosi adalah $2.077 > 1,995$ maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara faktor promosi terhadap minat menabung.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f)

Tabel IV.20
Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	556.745	2	278.372	31.739	.000 ^b

Residual	596.410	68	8.771		
Total	1153.155	70			

1) Perumusan Hipotesis

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung.

2) Penentuan F_{hitung}

Dari tabel uji signifikansi diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31,739 dan signifikansi 0,000.

3) Penentuan Nilai F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$ atau $71 - 2 - 1 = 68$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), sehingga diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,13$.

4) Kriteria Pengujian

(a) H_0 diterima : $F_{hitung} < F_{tabel}$
: Nilai Signifikansi $> 0,05$

(b) H_0 ditolak : $F_{hitung} > F_{tabel}$
: Nilai signifikansi $< 0,05$

Berdasarkan kriteria pengujian, maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,739 > 3,13$), artinya H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dan jika dilihat dari signifikansinya yaitu

sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

- 5) Kesimpulan Uji Simultan faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung.

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan (uji f) di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung.

7. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini akan menunjukkan bagaimana hubungan faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung.

Tabel IV.21

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Promosi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS Versi 23.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel Y dalam persamaan linier:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Hasil Uji Regresi yang dilihat pada tabel 4.10 dapat dibuat dalam persamaan berikut :

$$MM = 22,017 + 0,881 (FS) + 0,145 (FP)$$

Keterangan :

MM = Minat Menabung

FS = Faktor Sosial

FP = Faktor Promosi

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut :

- a. Konstanta 22,017 artinya jika faktor sosial dan faktor promosi nilainya 0 maka minat menabung sebesar 22,017 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.
- b. Koefisien regresi variabel faktor sosial sebesar 0,881 (bernilai positif), artinya bahwa setiap kenaikan faktor sosial sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variabel yang lain adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,881 + 22,017 = 22,898$ satuan, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.
- c. Koefisien regresi variabel faktor promosi sebesar 0,145 (bernilai positif) artinya bahwa setiap kenaikan faktor promosi sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variabel yang lain adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,145 + 22,017 = 22,162$ maka minat menabung akan mengalami kenaikan sebesar 0,145 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh faktor sosial terhadap minat menabung siswa-siswi di SMK Negeri 4 Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil yang diperoleh adalah faktor sosial berpengaruh terhadap minat menabung dengan dasar pengambilan keputusan dilihat dari $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-7,739 < -1,995$ atau $7,739 > 1,995$). Artinya penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung”.

Menurut A. Crow dan L. Crow, dorongan dari dalam diri dan motif sosial ini berpengaruh terhadap ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu keinginan dan objek tertentu karena minat berhubungan erat dengan emosi. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Yayan Fauzi, Faisal, Wyska Mielanti Dana Saputri, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh faktor sosial terhadap minat menabung secara parsial.

2. Pengaruh faktor promosi terhadap minat menabung siswa-siswi di SMK Negeri 4 Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil yang diperoleh adalah faktor promosi berpengaruh terhadap minat menabung dengan dasar pengambilan keputusan dilihat dari $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,077 < -1,995$ atau $2,077 > 1,995$). Berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Djaslim Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang

sebelumnya tidak mengenal suatu produk menjadi mengenal, sehingga menjadikan pembeli tetap mengingat produk tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari Riska Rambe Su, Skripsi “Pengaruh bauran promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk mulia pada PT. Pegadaian (Persero) unit pegadaian syariah sadabuan”. Mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan periklanan dan *personal selling* memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap minat nasabah.

3. Pengaruh faktor sosial dan faktor promise terhadap minat menabung siswa-siswi di SMK Negeri 4 Padangsidempuan.

Secara simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara faktor sosial dan faktor promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,739 > 3,13$). Didukung dengan teori Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran di Indonesia menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi dan faktor psikologi.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Yunita Sawitri dalam jurnal yang berjudul pengaruh kualitas faktor produk, promosi, sosial, dan psikologi terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio (studi kasus Yamaha Agung Motor Semarang). Mengatakan bahwa “variabel-variabel tersebut mempunyai pengaruh positif artinya variabel kualitas produk, promosi, sosial, dan psikologi berpengaruh

terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio (studi kasus Yamaha Agung Motor Semarang).

Penelitian berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah (studi kasus: siswa-siswi jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara). Data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 23 yaitu:

F. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian agar penelitian dan penulisan memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.
- b. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai pengaruh faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung siswa siswi di Bank Syariah, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Faktor sosial mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat menabung dilihat dari $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-7,739 < -1,995$ atau $7,739 > 1,995$).
2. Faktor promosi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat menabung dilihat dari $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,077 < -1,995$ atau $2,077 > 1,995$).
3. Faktor sosial dan faktor promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat menabung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($31,739 > 3,13$).
4. Hasil *R Square* (R^2) sebesar 0,483 yang artinya persentase sumbangan variasi variabel faktor sosial dan faktor promosi terhadap minat menabung sebesar 48,3% persen. Sedangkan sisanya sebesar 51,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, yakni faktor pribadi dan religiusitas.

5. Adapun kesimpulan Analisis Regresi Linier Berganda adalah:

- a. Konstanta 22,017 artinya jika faktor sosial dan faktor promosi nilainya 0 maka minat menabung sebesar 22,017 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.
- b. Koefisien regresi variabel faktor sosial sebesar 0,881 (bernilai positif), artinya bahwa setiap kenaikan faktor sosial sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variabel yang lain adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,881 + 22,017 = 22,898$ maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 0,881 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.
- c. Koefisien regresi variabel faktor promosi sebesar 0,145 (bernilai positif) artinya bahwa setiap kenaikan faktor promosi sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variabel yang lain adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,145 + 22,017 = 22,162$ maka minat menabung akan mengalami kenaikan sebesar 0,145 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Siswa-siswi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah dan mengetahui faktor apa saja yang membuat siswa-siswi berminat untuk menabung di Bank Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini. Menjadi bahan peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat menabung, selain faktor sosial dan faktor promosi untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: CAPS, 2014.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Al-Fati, 2012.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Witherington, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Aksara Baru, 1991.
- Hery Susanto dan Kherul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Hendri Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasioanl*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*, Semarang Universitas Diponegoro, 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Reneka Cipta, 2012.
- M. Sulhan & Ely Siswanto, *Manajemen Bank*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Monle Lee dan Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Muhammad Nasib Ar-rifa'I, *Ringkasan Tafsir Ibnu Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Wydia, 2011.
- Nugroho J Setiadi, *Periklanan Konsumen*, Jakarta: Pustaka Setia, 2010.
- Nur Asnawi dan Mansyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

Pusat Pengajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

_____, *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 12 Jilid I*, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2007.

Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2003.

Setiawan dan Dewi Endah Kosrini, *Ekometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.

Sofiah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Agung, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

_____, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

_____, *Statistik Untuk Peneliti*, Bandung: Alfabeta, 2006.

_____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta, 1993.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993.

Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana, 2011.

Hasil Wawancara

Wawancara dengan Nurul Hidayah Nasution, Jurusan Perbankan, SMK Negeri 4 Padangsidempuan, 2 Oktober 2018.

Wawancara dengan Aryani Dilla Syafitri, Jurusan Perbankan, SMK Negeri 4 Padangsidempuan, 2 Oktober 2018.

Wawancara dengan Asrul Azis Lubis, S.Pd, Wakil Bidang Humas, SMK Negeri 4 Padangsidempuan, 11 Desember 2018.

Sumber Lainnya

Internet

<http://www.beritasatu.com/nasabah-bank-syariah>

<http://www.dosenpendidikan.com>

Jurnal

Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, "*Pengaruh Faktor Budaya Sosial dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen*", Jurnal: No. 32&36 Semarang, 2017.

Agung Supryitno, "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indonesia*", Jurnal: Volume9, No. 2, Desember, 2015.

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Gusti Perayanti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 11 Agustus 1996
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 3 (Tiga) dari 3 bersaudara
Alamat Lengkap : Jln.Syeh Zainal Abidin, Desa Pudun Julu
Telepon/No.HP : 0822 7394 9057

ORANG TUA:

Nama Orang Tua:

Ayah : Alm. Junaedi
Ibu : Suemi
Alamat : Jln.Syeh Zainal Abidin, Desa Pudun Julu
Pekerjaan Orang Tua
Ayah : -
Ibu : Wiraswasta

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2002-2008 : SD Negeri 200301 Padangsidempuan
Tahun 2008-2011 : MTS Yayasan Perguruan Karya Setia Padangsidempuan
Tahun 2011-2014 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2014-2019 : Program Sarjana (S1) Perbankan Syariah IAIN
Padangsidempuan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 375 /In.14/G.1/PP.00.9/03/2019
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Maret 2019

Yth, Ibu ;

1. Nofinawati : Pembimbing I
2. Windari : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut dia bawah ini :

Nama : Gusti Perayanti
NIM : 1440100096
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan, Perkebunan Pijorkoling Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)

Untuk itu diharapkan kepada Ibu sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an.Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Surat : 244/In.14/G.2/TL.00/12/2018
: -
: Mohon Izin Riset

11 Desember 2018

kepada Sekolah SMK Negeri 4
Padangsidimpuan

Yang hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
Merupakan bahwa:

Nama : Gusti Perayanti
No. : 1440100096
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

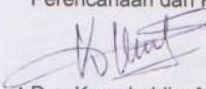
Sebagai Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Faktor – Faktor
yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus : Siswa-siswi
SMK Negeri 4 Padangsidimpuan Perkebunan Pijorkoling Kecamatan
Padangsidimpuan Tenggara)**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

an.Dekan
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum,
Perencanaan dan Keuangan


Drs. Kamaluddin, M.Ag

Tempat :
Jalan FEBI IAIN Padangsidimpuan



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS PENDIDIKAN

SMK NEGERI 4 PADANGSIDIMPUAN

BIDANG TEKNOLOGI DAN REKAYASA, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI,
DAN BISNIS MANAJEMEN

Jl. Perkebunan Pijorkoling Kec. Padangsidempuan Tenggara



Padangsidempuan, 14 Desember 2018

: 800/ 01 /SMKN.4/2018
: -
: Izin riset

Kepada Yth.
sdr.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
di-

PADANGSIDIMPUAN

Menindaklanjuti surat saudara nomor : 244.6/In.14/G.2/TL.00/12/2018, perihal Mohon Izin riset atas nama GUSTI PERAYANTI di SMK NEGERI 4 Padangsidempuan, dengan judul skripsi "Fakto-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada Bank syariah (studi kasus : Siswa-siswi jurusan perbankan di SMK NEGERI 4 Padangsidempuan perkebunan pijorkoling kecamatan padangsidempuan tenggara)".

Bekenaan dengan hal tersebut diatas, maka dengan ini kami menyetujui riset tersebut diatas kepada :

Nama : GUSTI PERAYANTI
NIM : 1440100096
SEMETER : 9 (Sembilan)
JURUSAN : Perbankan syariah
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat persetujuan ini kami perbuat untuk dapat dipenuhi

Mengetahui:
Kepala SMK Negeri 4 P.Sidempuan



Jas Amri

Drs. JAS AMRI, M.Pd
NIP. 19630803 198803 1



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS PENDIDIKAN

SMK NEGERI 4 PADANGSIDIMPUAN

BIDANG TEKNOLOGI DAN REKAYASA, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI,
DAN BISNIS MANAJEMEN

Jl. Perkebunan Pijorkoling Kec. Padangsidimpuan Tenggara



SURAT KETERANGAN SELESAI

yang bertanda tangan dibawah ini

: **Dr. JAS AMRI, M.Pd**

: 19630803 198803 1 006

: kepala sekolah SMK Negeri 4 Padangsidimpuan

ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

: **GUSTI PERAYANTI**

: 1440100096

WETER : 9 (Sembilan)

ESAN : Perbankan syariah

SULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

telah selesai melakukan penelitian di SMK NEGERI 4 Padangsidimpuan selama kurang lebih (dua belas) hari, terhitung mulai tanggal 10 Desember s/d 22 Desember 2018 untuk memperoleh data dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "Fakto-faktor yang mempengaruhi minatabung pada Bank syariah (studi kasus : Siswa-siswi jurusan perbankan di SMK NEGERI 4 Padangsidimpuan perkebunan pijorkoling kecamatan padangsidimpuan tenggara)".

sekarang surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Padangsidimpuan, 22 Desember 2018

Kepala SMK Negeri 4 P. Sidimpuan



Jas Amri
Dr. JAS AMRI, M.Pd

NIP. 19630803 198803 1 006

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, SPd., MSi

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (studi kasus: siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara.

Yang disusun oleh:

Nama : Gusti Perayanti
NIM : 14 401 00096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah 3

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat di pergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 12 Desember 2018

H. Ali Hardana, SPd., MSi

LEMBAR VALIDASI ANGKET X₁ (Sosial)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keluarga	1,2			
Status Sosial	3,4			

Catatan:

Padangsidempuan, 12 Desember 2018

Validator

H. Ali Hardana,SPd.,M.Si

LEMBAR VALIDASI ANGKET X₂ (Produk)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Periklanan	1,2			
Promosi	3,4			
Penjualan Pribadi	5,6			

Catatan:

Padangsidempuan, 12 Desember 2018

Validator

H. Ali Hardana, SPd., MSi

LEMBAR VALIDASI ANGKET Y (Minat)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Motivasi	1,2,3			
Persepsi	4,5			
Sikap	6,7,8			
Agama	9,10			

Catatan:

Padangsidempuan, 12 Desember 2018

Validator

H. Ali Hardana, SPd., MSi

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, SPd., MSi

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (studi kasus: siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara.

Yang disusun oleh:

Nama : Gusti Perayanti
NIM : 14 401 00096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah 3

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat di pergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 12 Desember 2018

H. Ali Hardana, SPd., MSi

Lampiran 2

LEMBARAN KUESIONER

Kepada Yth,
Siswa-siswi. Responden
di Tempat

Dengan hormat

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (studi kasus: siswa-siswi Jurusan Perbankan di SMK Negeri 4 Padangsidempuan Perkebunan Pijorkoling, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)”**.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari siswa-siswi berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada bank syariah. Saya berharap partisipasi dari siswa-siswi untuk mengisi kuesioner ini. Untuk biodata responden akan dirahasiakan dan digunakan seperlunya.

Atas kesediaan dan partisipasi siswa-siswi dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Gusti Perayanti

14 401 00096

I. Identitas Responden

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Jurusan :
Kelas :

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *checklist* (✓) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. Pertanyaan nomor 1-10 pilihan jawaban:
 - 1). SS = Sangat Sesuai
 - 2). S = Sesuai
 - 3). R = Ragu-ragu
 - 4). TS = Tidak Sesuai
 - 5). STS = Sangat Tidak Sesuai
 - b. Pertanyaan nomor 1-10 pilihan jawaban:
 - 1). S = Selalu
 - 2). S = Sering
 - 3). KK = Kadang kadang
 - 4). J = Jarang
 - 5). TP = Tidak Pernah

III. Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. Angket X₁ (Sosial)

No.	Daftar Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena anggota keluarga saya juga menggunakannya.					
2	Saya menggunakan bank syariah karena pengaruh dari teman.					

3	Saya menabung dibank syariah karena ingin disegani diantara teman-teman saya.					
4	Saya tidak akan menabung dibank syariah kerana peminatnya rendah.					

2. Angket X₂ (Produk)

No.	Daftar Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa produk bank syariah berbeda dengan bank konvensional.					
2	Iklan tentang bank syariah sering dijumpai melalui spanduk di jalan-jalan utama.					
3	Promisi yang dilakukan bank syariah kurang menarik.					
4	Lokasi bank syariah sangat strategis.					
5	Saya akan mengajak keluarga dan kerabat menabung di bank syariah.					
6	Saya akan menjelaskan keuntungan bank syariah kepada orang lain.					

3. Angket Y (Minat)

No.	Daftar Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya menabung di bank syariah karena adanya kerjasama dengan pihak sekolah.					
2	Saya menabung di bank syariah karena saya mempelajari perbankan dan saya					

	tertarik pada bank syariah.					
3	Saya menabung di bank syariah karena tidak dikenai biaya administrasi perbulannya.					
4	Saya menabung di bank syariah karena keinginan saya.					
5	Saya menabung di bank syariah karena fasilitas yang ditawarkan lebih mudah dan terjangkau.					
6	Pihak bank syariah memperlakukan nasabah dengan cara yang sama tanpa membedakan penampilan.					
7	Setiap keluhan nasabah ditangani dengan baik oleh pihak bank syariah.					
8	Karyawan bank syariah mengucapkan salam ketika hendak melayani nasabah.					
9	Saya menggunakan bank syariah karena taat beragama.					
10	Kinerja bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.					

Lampiran 3

TABULASI JAWABAN ANGKET FAKTOR SOSIAL (X_1)

No	No Soal				Total Soal
	1	2	3	4	
1	3	3	3	4	13
2	3	3	5	4	15
3	4	4	2	4	14
4	3	3	5	4	15
5	2	2	5	4	13
6	4	4	5	3	16
7	3	3	4	4	14
8	5	5	2	2	14
9	3	3	4	4	14
10	5	5	1	5	16
11	3	3	4	3	13
12	3	3	2	3	11
13	5	5	3	5	18
14	4	4	5	4	17
15	4	4	5	4	17
16	4	4	2	4	14
17	3	3	2	3	11
18	4	4	4	4	16
19	3	3	4	3	13
20	4	4	5	4	17
21	5	5	4	5	19
22	4	4	4	4	16
23	4	4	5	4	17
24	3	3	3	3	12
25	4	4	4	4	16
26	4	4	5	4	17
27	4	4	5	4	17
28	4	4	5	4	17
29	2	2	3	2	9
30	5	5	4	5	19
31	3	3	1	3	10
32	5	5	4	5	19
33	3	3	5	3	14
34	2	2	2	2	8
35	4	4	5	4	17
36	3	3	5	3	14

37	2	2	4	2	10
38	4	4	3	4	15
39	4	4	5	4	17
40	4	4	5	4	17
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	4	5	19
44	4	4	5	4	17
45	4	4	5	4	17
46	4	4	5	4	17
47	5	5	5	5	20
48	4	4	3	4	15
49	4	4	5	4	17
50	3	3	4	3	13
51	4	4	5	4	17
52	2	2	1	2	7
53	5	5	5	5	20
54	3	3	4	3	13
55	4	4	4	4	16
56	4	4	5	4	17
57	4	4	4	4	16
58	3	3	5	3	14
59	3	3	3	3	12
60	4	4	3	4	15
61	5	5	5	5	20
62	3	3	1	3	10
63	3	3	5	3	14
64	2	2	2	2	8
65	3	3	4	3	13
66	4	4	5	4	17
67	4	4	4	4	16
68	4	4	5	4	17
69	2	2	3	2	9
70	3	3	5	3	14
71	4	4	5	4	17

TABULASI JAWABAN ANGKET
VARIABEL FAKTOR PROMOSI (X₂)

No	No Soal						Total Soal
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	5	5	5	4	28
2	4	2	2	4	2	2	16
3	1	5	4	4	4	5	23
4	4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	5	4	27
6	3	3	2	2	2	3	15
7	4	4	3	3	3	4	21
8	4	2	3	5	3	2	19
9	3	5	4	4	4	5	25
10	3	3	3	4	3	3	19
11	5	5	4	4	4	5	27
12	5	4	5	4	5	4	27
13	4	2	2	1	2	2	13
14	5	5	5	4	5	5	29
15	5	5	4	4	4	5	27
16	5	2	3	3	3	2	18
17	5	4	3	4	3	4	23
18	3	4	4	4	4	4	23
19	3	4	3	5	3	4	22
20	3	4	2	2	2	4	17
21	4	5	5	2	5	5	26
22	4	3	2	3	2	3	17
23	5	3	4	3	4	3	22
24	4	4	5	4	5	4	26
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	5	4	4	4	5	26
27	5	5	4	3	4	5	26
28	3	4	3	5	3	4	22
29	3	2	2	4	2	2	15
30	3	3	4	4	4	3	21
31	5	4	4	5	4	4	26
32	4	3	3	2	3	3	18
33	5	3	4	4	4	3	23
34	4	5	4	5	4	5	27
35	5	3	4	3	4	3	22
36	3	5	4	4	4	5	25
37	3	4	3	5	3	4	22
38	3	5	4	4	4	5	25
39	4	4	4	4	4	4	24

40	5	4	5	4	5	4	27
41	5	4	4	4	4	4	25
42	4	5	5	4	5	5	28
43	4	5	4	4	4	5	26
44	4	4	5	5	5	4	27
45	3	4	4	4	4	4	23
46	4	4	5	4	5	4	26
47	4	4	5	4	5	4	26
48	3	2	3	5	3	2	18
49	2	3	4	4	4	3	20
50	2	4	4	5	4	4	23
51	5	4	5	2	5	4	25
52	5	5	4	5	4	5	28
53	5	4	3	5	3	4	24
54	3	3	4	4	4	3	21
55	5	5	4	4	4	5	27
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	5	2	3	2	5	21
58	4	4	4	4	4	4	24
59	2	3	2	4	2	3	16
60	4	5	4	5	4	5	27
61	4	5	3	4	3	5	24
62	3	3	2	4	2	3	17
63	5	2	3	5	3	2	20
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	3	5	2	5	3	22
66	4	2	4	4	4	2	20
67	4	4	2	3	2	4	19
68	3	3	5	5	5	3	24
69	3	4	4	3	4	4	22
70	4	4	3	3	3	4	21
71	5	5	4	3	4	5	26

40	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
41	5	5	3	5	5	4	2	5	4	4	42
42	5	4	2	5	4	4	5	5	4	4	42
43	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	35
46	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
47	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
48	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
49	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	36
50	3	2	2	3	2	4	4	3	3	4	30
51	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	40
52	2	5	3	2	5	4	5	2	4	4	36
53	5	5	4	5	5	3	2	5	4	3	41
54	3	3	5	3	3	5	3	3	4	5	37
55	4	5	4	4	5	5	2	4	5	5	43
56	4	5	4	4	5	2	4	4	3	2	37
57	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	42
58	3	4	3	3	4	5	4	3	5	5	39
59	3	2	4	3	2	4	4	3	4	4	33
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
62	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	33
63	3	5	4	3	5	5	4	3	5	5	42
64	2	4	4	2	4	5	2	2	5	5	35
65	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	36
66	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
68	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
69	2	3	4	2	3	4	4	2	4	4	32
70	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	39
71	4	5	2	4	5	4	3	4	5	4	40

Lampiran 4

Uji Validasi Faktor Sosial

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	total
item_1	Pearson Correlation	1	1.000**	.270	.819**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.023	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
item_2	Pearson Correlation	1.000**	1	.270	.819**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.023	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
item_3	Pearson Correlation	.270	.270	1	.389*	.653**
	Sig. (2-tailed)	.023	.023		.001	.000
	N	71	71	71	71	71
item_4	Pearson Correlation	.819**	.819**	.389**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	71	71	71	71	71
total	Pearson Correlation	.891**	.891**	.653**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validasi Faktor Promosi

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	total
item_1	Pearson Correlation	1	.117	.270*	-.081	.270*	.117	.424*
	Sig. (2-tailed)		.333	.023	.502	.023	.333	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
item_2	Pearson Correlation	.117	1	.397**	.106	.397**	1.000	.766**
	Sig. (2-tailed)	.333		.001	.379	.001	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
item_3	Pearson Correlation	.270*	.397**	1	.199	1.000	.397**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.023	.001		.096	.000	.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
item_4	Pearson Correlation	-.081	.106	.199	1	.199	.106	.375*
	Sig. (2-tailed)	.502	.379	.096		.096	.379	.001
	N	71	71	71	71	71	71	71
item_5	Pearson Correlation	.270*	.397**	1.000	.199	1	.397**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.023	.001	.000	.096		.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
item_6	Pearson Correlation	.117	1.000	.397**	.106	.397**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.333	.000	.001	.379	.001		.000

total	Pearson	.674**	.507**	.297*	.674**	.507**	.355**	.300*	.674**	.355**	.355**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000	.000	.002	.011	.000	.002	.002	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7

Hasil Uji Linearitas Faktor Sosial dan Minat Menabung

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_ Menabung * Faktor_ Sosial	Between Groups	(Combined)	660.835	13	50.833	5.885	.000
		Linearity	536.007	1	536.007	62.058	.000
		Deviation from Linearity	124.827	12	10.402	1.204	.303
	Within Groups		492.320	57	8.637		
Total			1153.155	70			

Hasil Uji Linearitas Faktor Promosi dan Minat Menabung

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_ Menabung * Faktor_ Promosi	Between Groups	(Combined)	298.869	15	19.925	1.283	.244
		Linearity	31.380	1	31.380	2.020	.161
		Deviation from Linearity	267.489	14	19.106	1.230	.281
	Within Groups		854.286	55	15.532		
Total			1153.155	70			

Lampiran 5

Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Hasil Uji Reliabilitas Faktor Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	6

Hasil Uji Reliabilitas Minat Menabung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	10

Lampiran 6

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91892913
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.038
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

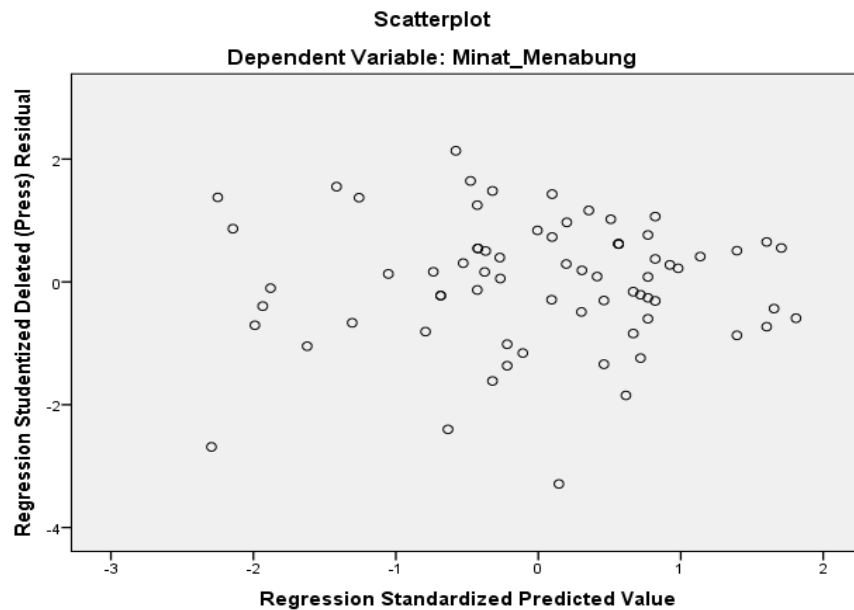
Lampiran 8

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Promosi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

Uji Heterokedastisita



Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.468	2.962	1.787

Lampiran 9

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.468	2.962	1.787

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Profesi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	556.745	2	278.372	31.739	.000 ^b
	Residual	596.410	68	8.771		
	Total	1153.155	70			

Lampiran 10

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.017	2.720		8.094	.000		
Faktor_Sosial	.881	.114	.676	7.739	.000	.998	1.002
Faktor_Promosi	.145	.094	.134	2.077	.129	.998	1.002

Lampiran 11

Tabel r untuk df = 40-75

df = (N-2)	Tingkat signifikan untuk uji satu arah			
	0.05	0.025	0.01	0.005
	Tingkat signifikan untuk uji dua arah			
	0.1	0.05	0.02	0.01
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919

Lampiran 12

Tabel t pada taraf signifikan 5%

Df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025
	0.50	0.20	0.10	0.050
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210

41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210

Lampiran 13**Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0,05
(40-75)**

df untuk penyebut N2	Df untuk pembilang (N1)			
	1	2	3	4
40	4.08	3.23	2.84	2.61
41	4.08	3.23	2.83	2.60
42	4.07	3.22	2.83	2.59
43	4.07	3.21	2.82	2.59
44	4.06	3.21	2.82	2.58
45	4.06	3.20	2.81	2.58
46	4.05	3.20	2.81	2.57
47	4.05	3.20	2.80	2.57
48	4.04	3.19	2.80	2.57
49	4.04	3.19	2.79	2.56
50	4.03	3.18	2.79	2.56
51	4.03	3.18	2.79	2.55
52	4.03	3.18	2.78	2.55
53	4.02	3.17	2.78	2.55
54	4.02	3.17	2.78	2.54
55	4.02	3.16	2.77	2.54
56	4.01	3.16	2.77	2.54
57	4.01	3.16	2.77	2.53
58	4.01	3.16	2.76	2.53
59	4.00	3.15	2.76	2.53
60	4.00	3.15	2.76	2.53
61	4.00	3.15	2.76	2.52
62	4.00	3.15	2.75	2.52
63	3.99	3.14	2.75	2.52
64	3.99	3.14	2.75	2.52
65	3.99	3.14	2.75	2.51
66	3.99	3.14	2.74	2.51
67	3.98	3.13	2.74	2.51
68	3.98	3.13	2.74	2.51
69	3.98	3.13	2.74	2.50
70	3.98	3.13	2.74	2.50
71	3.98	3.13	2.73	2.50
72	3.97	3.12	2.73	2.50
73	3.97	3.12	2.73	2.50
74	3.97	3.12	2.73	2.50
75	3.97	3.12	2.73	2.49

Lampiran 14

**Tabel Durbin Watson (DW) Signifikansi level 0,05
(n=40-75)**

n	k=1		k=2		k=3	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092

Lampiran 15

